

# Tirajlanan bizneslər

Bugün Azərbaycanda olan şirkətlərin bir çoxu dinamik inkişaf dövrünü yaşayır. Əlbətdə bu sevindirici haldır. Lakin unutmamaq olmaz ki, biznesdə “böyümək” üçün – uğurun tirajlanması şərtidir. Başqa sözlə desək, şirkət özünün əsas rəqabət üstünlüyünü yeni sahəyə daşıya bilməlidir. Praktikiada bu son dərəcə çətin bir proses olur. Biz bu yazıda hansı hallarda biznesi tirajlamaq və ya genişləndirmək olar suallına cavab tapmağa çalışacağıq.

Hər bir biznesmen hansısa [iş gürdüğü zaman](#) onun uğuruna inanır və gələcəkdə daha böyük formada olacağına ümid edir. Biz bilirik ki, bu belə olmasa biznesdən həzz almaq olmur. İşdən həzz ala bilmədikdə uğurlu olmaq demək olar ki, mümkün olmur. Sevdiyini işi görmək, o işdə uğurlu olmağın yarısıdır.

Buna baxmayaraq nəzərə almaq lazımdır ki, bəzi bizneslərdə, onlar [xırda səviyyədə](#) olduqlarına görə uğurlu ola bilməzlər. Məsələn, hansısa rəssəm öz əl işlərini satırsa, bu biznesin genişlənmə şansı son dərəcə aşağı olur. Biznes konkret fərdin üzərində qurulur. Dünyada olan lüks brendlərin demək olar ki, hamısı konkret adət-ənənəni və hansısa fərdlə bağlı olan hekayəni satır. Bu brendlərin tirajlanma şansları aşağı olur. Onlar çoxalsa öz eksklüzivliyini itirə bilər. Bu təhlükəlidir.

Bəs Sizcə biznesin genişlənmə vaxtının gəlib çatmasını necə bilmək olar? Sahibkar necə hiss edə bilər ki, ikinci mağazanın, ikinci fabrikin açılma vaxtıdır? Necə başa düşmək olar ki, hansısa yeni bir məhsul satmağın vaxtı gəlib çatmışdır? Biz hesab edirik ki, sahibkarın bu gərəkləri verməsi üçün mütləq aşağıda sadalayacağımız suallara cavab verməsi lazımdır.

**Birinci sual.** Bazarda yer varmı? Əslində bu sual ən birinci qoymaqda məqsədimiz çox açıqdır. Bazar olmayan yerdə, heç bir

biznesdən danışmaq olmaz. Bazarın inkişaf tendensiyasını, bazarın tutumunu, bazarda Sizin biznesinizin payını bilmədən hansısa bir addım atmaq əlbətdə böyük səhvdir. Bazarda yer varmı suallını təyin etmək üçün sahibkar ərinmədən öyrənməlidir ki:

- Çalışdığı ərazidə bazarın illik tutumu nə qədərdir;
- Bazar necə inkişaf edir, keçən illərlə müqayisədə nələr baş verir;
- Müqayisə üçün başqa bazarlarda vəziyyət necədir və s.

**İkinci sual.** Şirkətin (biznesin) daxili potensialı buna hazırdırmı? Bazarda çox böyük imkanlar ola bilər, bazar güclü inkişaf tendensiyalarına malik ola bilər... lakin bu hələdə biznesin tirajlanması üçün əsas deyil. Biz qəbul etməliyik ki, biznesi rentabelli və ziyanlı edən bazar, müştəri, məhsul deyil məhz insanlardır. Daxili müştərinin əhəmiyyəti bəzən xarici müştəridəndə vacib olur. [Daxili müştəri məmnun olmadan](#), xarici müştəri heç vaxt məmnun qala bilməz. Şirkət işçilərinin sayı, onların potensialı, yeni biznesə hazırlıq dərəcəsi əsas şərtlərdəndir. Rusiyada biznes sahibi olan bir dostumuzun fikirlərini xatırlatmaq istəyirəm: "Yeni biznes, yalnız konkret adama görə açıla bilər. Adam var, biznes var. Adam yoxdur, heç bir yeni biznes yoxdur!". Mən bunu real təcrübəmdə hər gün yaşayıram! (*Onsuzda bilirsinizdə biz praktikada yaşamadığımız heç nəyi yazmırıq!*).

**Üçüncü sual.** Mövcud biznesin uğurlu olma səbəbi nədir? Biznesin genişlənməsi üçün sahibkar mütləq tam dəqiqliklə bugün apardığı biznesin əsas uğur səbəbini başa düşməlidir. O bilməlidir ki, onun uğurunun səbəbi nədir. Bu suallın cavabı olmadan və ya yalnız olduqda biznesi genişləndirmək böyük riskdir. Uğurlu olma səbəblərinə görə biznesin tirajlanmasının mümkün olub-olmamağı müəyyən edilə bilər. Vacibdir ki, nəyin və niyə baş verdiyini bilək. Bunu bilmədən biz səhv addımlar ataraq, böyük pullar itirə bilərik. Müəyyən olunmuş səbəb təyin edildikdən sonra, bu səbəbin yeni istiqamətə tirajlanması mümkün olub-olmamağını təyin etmək lazımdır.

**Dördüncü sual.** Bazarda rəqabət vəziyyəti necədir? Rəqabət biznesin tirajlanması üçün əsas şərtlərdəndir. Çünki rəqib çox olan zaman biznesin gəlirlilik dərəcəsi aşağı düşür.

Biz hesab edirik ki, [Azərbaycanda olan bizneslərin](#) çox az bir hissəsi real tirajlanma səviyyəsinə malikdir. Bu baxımdan istənilən genişlənmə gərərini maksimum “soyuq” başla verilməlidir.

ƏLAVƏ OXUMAQ ÜÇÜN:

- [Hədəf qoyun](#)
- [İyun ayında öyrəndiklərim](#)
- [Məqsədsiz işçi](#)
- [Mən hara taxıl hara...](#)
- [Biznes ideya hardan tapılır?](#)